

# РЕЦЕНЗИЯ

от проф. д-р Манол Николов Рибов – УНСС

**Относно:** дисертационен труд за присъждане на образователната и научна степен „доктор“ в Университета за национално и световно стопанство по професионално направление 3.9. Туризъм, научна специалност „Икономика и управление (Туризъм)“

**Автор на дисертационния труд:** Стилияна Димитрова Басмаджиева

**Тема на дисертационния труд:** „Маркетингово управление на здравния туризъм“

**Основание за предоставяне на рецензията:** Чл. 9 от ЗРАСРБ, чл. 30, ал. 3, чл. 31 от ППЗРАСРБ и чл. 99, ал. 2 от Правилника за учебната дейност на УНСС, Заповед № 279/06.02.2020 г. на Ректора на УНСС, Решение на Катедрения съвет на катедра „Икономика на туризма“ (Протокол № 39/21.04.2020 г.) и Решение на Факултетния съвет на факултет „Икономика на инфраструктурата“ (Протокол № 7/28.04.2020 г.) и Заповед № 1020/08.05.2020 г. на Зам.-ректора по НИД на УНСС.

## 1. Информация за докторанта

Стилияна Димитрова Басмаджиева е родена на 07.10.1991 г. в град Пловдив. Средното си образование получава в Езикова гимназия „Иван Вазов“ в град Пловдив с испански и руски език. През 2014 г. завършва ОКС „Бакалавър“, специалност „Икономика на туризма“, а през 2015 г. ОКС „Магистър“, специалност „Икономика на туризма“ в УНСС.

Докторантът се е обучавал по докторантска програма „Икономика и управление (Туризъм)“.

## 2. Обща характеристика на дисертационния труд

### 2.1. Оценка на структурата и обема

Рецензираният дисертационен труд е **съставен** от три глави, увод, заключение, списък на използваната литература и приложения. В **увода** докторантът е обосновал актуалността и значимостта на темата и е дефинирал предмета, обекта, целта, тезата и

задачите на изследването. **В трите глави** на дисертационния труд последователно са изследвани теоретичните, методологични и приложни проблеми, отнасящи се до маркетинговото управление на здравния туризъм. В **заклучението** докторантът обобщава своите виждания за това управление, посочил е съответните изводи и е направил полезни за практиката препоръки.

Създадена по този начин, **структурата** на дисертационния труд осигурява необходимото органическо единство на неговите съставни части. С нея се определят връзките и отношенията на включените в дисертационния труд понятия и съждения, използвани за извеждане на една или друга закономерност и обосноваването на едно или друго твърдение.

Дисертацията е представена в едно книжно тяло с общ обем от 278 страници компютърно набран текст, от които 237 страници съдържат **основния текст**, 10 страници са **увод**, 4 страници са **заклучение**, 14 страници са **използвана литература** и 13 страници са **приложения**. Основният текст съдържа 56 фигури и 20 таблици. Списъкът с използваните литературни източници е съставен от 204 заглавия, от които 67 са на кирилица, 41 на латиница, 11 са нормативни документи и 85 са интернет източници.

Възприетият от докторанта **обем** от 278 страници е достатъчен, за да бъдат изчерпателно представени основните авторски идеи и направените от него изводи и препоръки. В рамките на този обем са систематизирани и обосновани постигнатите резултати и е изградено съдържанието на дисертационния труд с прилагането на подходящи за целта средства на научното познание.

## **2.2. Оценка на актуалността и значимостта на избраната тема**

Съображенията на докторанта за избор на темата са продиктувани от нарастването на значението и перспективността на туристическата индустрия у нас през последните десет години. Увеличаването и разнообразяването на потребностите на туристите довеждат до нужда от по-детайлно изследване на маркетинговото управление на специализираните форми на туризъм, една от които е здравният туризъм. За този туризъм съществува остра необходимост от разработването и управлението на неговия ресурс, като акцентът би трябвало да се постави преди всичко върху неговото маркетингово управление, което насочва и подпомага развитието на туристическия бизнес в тази посока.

### **2.3. Оценка на обекта и предмета на изследването**

Според докторанта **обект** на изследването е здравният туризъм на макроравнище, а **предмет** е маркетинговото управление на този туризъм и възможностите, които предоставя за разработването на подходящ маркетингов стратегически план, което да доведе до неговото развитие на територията на нашата страна.

### **2.4. Оценка на целите и задачите на изследването**

Основната **цел** на дисертационния труд е чрез ефективно маркетингово управление да се постигне усъвършенстване на здравния туризъм и увеличаване на приходите от него.

Постигането на така поставената цел от докторанта предопределя решаването на следните изследователски **задачи**:

1. Определянето на спецификата на здравния туризъм и неговата ресурсна осигуреност.
2. Анализиране на добрите практики в управлението на здравния туризъм.
3. Формулиране на аспектите на маркетинговото управление.
4. Представена е продуктовата политика и моделирането на основните дейности на маркетинговото управление на здравния туризъм.
5. Разработването на стратегически маркетингов план за управление на здравния туризъм в България, в частност в район София.

### **2.5. Оценка на тезата на изследването**

Застъпваната от докторанта основополагаща **теза** се основава на твърдението, че познаването и приложението на подходите на маркетинговото управление в здравния туризъм е от съществено значение за неговото развитие, както и би спомогнало за повишаване на конкурентоспособността на отрасъла.

## **3. Оценка на съдържанието**

Извършената оценка на **съдържанието** обхваща трите глави на дисертационния труд и неговата заключителна част с приложенията. **Първа глава** на дисертацията интерпретира теоретичните въпроси на здравния туризъм като се обръща особено внимание на изясняването на понятийния апарат, ресурсите, типологията на здравния

туризъм, неговото състояние в Република България и добрите практики в тази област. В научния труд са изведени и обобщени основните определения и класификации, представени от различни автори като се изтъкват техните недостатъци и преимущества и на тази основа се дефинират някои категории и понятия в областта на здравния туризъм. Според докторанта най-ценните природни ресурси на България са разнообразието и изобилието на хидротермална минерална вода, лечебна кал, море и други здравни ресурси като здравословен морски и планински климат; красива природа и живописни пейзажи; над 1 000 извора, от които 600 са минералните извори; десетки лагуни и находища на лечебна кал; източници на лечебен торф и други. Особено внимание се отделя на различните видове и разновидности здравен туризъм като е направен сполучлив опит за тяхната научна класификация. Проучени са добрите практики на здравния туризъм в Китай, Тайван, Индия, Израел, Македония и други.

**Втора глава** на научния труд е посветена на маркетинговото управление на здравния туризъм, като акцентът е поставен върху продуктовата политика и приложните въпроси на управлението в тази област. Разгледани са основните фактори и икономически субекти в съвременната маркетингова система и на тази основа е изследвано маркетинговото управление на здравния туризъм. Особено внимание е обърнато на функциите и етапите на това управление. Докторантът засяга въпросите, свързани с визията, мисията, целите, задачите, стратегията и тактическото осигуряване на продуктовата политика в сферата на здравния туризъм. Специално внимание е отделено на комуникационната политика, отнасяща се до маркетинговото управление на здравния туризъм на макроравнище. В тази връзка се изследват дейностите на различните участници във външния маркетинг на дестинацията и възможностите за тяхното оптимизиране. Имаме предвид публичните медийни събития, международните конференции и борси, организирането на образователните турове, както и всички добре познати методи за реклама, включващи печатна, онлайн и телевизионна реклама.

**Трета глава** на дисертационния труд включва емпиричното изследване на маркетинговото управление на здравния туризъм на макроравнище. Представена е методологическата рамка на изследването, анализът и обобщаването на резултатите от това изследване. Направен е сполучлив опит за създаването на усъвършенстван модел за управлението на здравния туризъм. Осигурена е първична информация от маркетингови

специалисти и мениджъри в сферата на туризма, както и от експерти от Министерството на туризма, браншовите организации и други. За извеждане на методологичната рамка на изследване чрез селектиране на система от критерии и показатели за анализ и оценка на маркетинговото управление на здравния туризъм са приложени инструменти, обособени в критерии и показатели за анкетното проучване. Вземайки предвид спецификата на изследването докторантът е извършил сравнителен анализ на резултатите от проучването. На тази основа са направени изводи и са дадени препоръки, включени в модела за създаване на стратегически маркетингов план. На базата на методологичната рамка на изследването, добрите практики и нормативната уредба е създаден стратегически маркетингов план за развитие и управление на здравния туризъм в туристическия район София в контекста на неговата специализация.

Съдържанието на трите глави на дисертационния труд се отличава със своята изчерпателност и прецизност, с добре балансираната си индуктивна и дедуктивна ориентация, като се отчита неговата взаимна връзка и взаимно допълване.

#### **4. Оценка на постигнатите научно-приложни резултати**

Оценката на постигнатите научно-приложни резултати от докторанта е извършена в същата последователност, както и при оценката на съдържането на дисертационния труд. В тях е изведено обобщено определение за здравния туризъм и е разработена класификация на неговите видове и подвидове. Изследвана е ресурсната осигуреност на страната за този туризъм и са определени нейните преимущества, даващи възможност за развитие на здравния туризъм. Извършена е диагностика на състоянието на този туризъм в България и са изследвани добрите практики в тази област.

Докторантът е извършил анализ на понятията и термините, използвани в областта на маркетинга и маркетинговото управление, като на тази основа са изведени авторови определения на здравния туристически продукт и доставчика на този продукт. Конкретизирана е основната и разширена специализация на туристическите райони, както и елементите на микро- и макрообкръжаващата среда, на маркетинговия микс и на комуникационната политика.

Изведена е методологичната рамка на изследването. Въз основа на анализа на отговорите на респондентите от две анкетни групи е установено в кои аспекти на

маркетинговото управление е необходимо да се извършат действия за неговото усъвършенстване под формата на модел за маркетингово управление на здравния туризъм за район София.

### **5. Оценка на осведомеността на кандидата по проблематиката**

Използваният от докторанта библиографски апарат е съставен 204 заглавия, от които 67 са на кирилица, 41 на латиница, 11 са нормативни документи и 85 са интернет източници, включващи статии, монографии и научни разработки на български и чужди автори, статистически и ведомствени издания, доклади на национални, регионални и международни конференции и други. Цитиранията са представени под черта и в същата последователност са изнесени в края на труда в отделен списък. В него преобладават публикациите от последните петнадесет години и по-конкретно тези от тях, които са отпечатани след 2005 г.

От подбора на литературните източници и начина на боравене с тях проличава добрата осведоменост на докторанта по проблемите на маркетинговото управление на здравния туризъм, неговата **способност да систематизира и критично да осмисля** съществуващите научни тези и да заема аргументирана позиция по всяка една от тях.

### **6. Оценка на публикациите по дисертацията**

Докторантът е представил две **студии** и девет **доклада**, които отразяват основния текст на дисертационния труд. В тях проличава високата култура на докторанта при систематизирането на съдържанието и методологическата обработка на материала. Както студиите, така и докладите са рецензирани от хабилитирани преподаватели. Те са отпечатани в Научните трудове и сборници от доклади на университетските издателства на УНСС, СА „Д. А. Ценов“ и НБУ.

Считам, че тези публикации са **достатъчно представителни**, за да огласят постиженията на докторанта пред академичната общност и заинтересованите делови кръгове от практиката.

## 7. Критични бележки

В рецензията ми от обсъждането на дисертационния труд на катедрено равнище се съдържат критични бележки, относно обекта, предмета, работните хипотези, методологията на изследването, ограниченията, източниците на информация, параграф 1.1. от Глава Първа и параграф 2.1. от Глава Втора. Тези бележки са отразени добросъвестно от докторанта. Нови критични бележки нямам.

Дисертационният труд представлява задълбочено научно изследване. В него са намерили място съществени страни на маркетинговото управление на здравния туризъм. Докторантът го конкретизира с факти, понятия, методи, обобщения и изводи, като изяснява какво да се съхрани от настоящето и как да се преодолеят несъответствията между новите факти и съществуващите теоретични схващания.

## 8. Оценка на научно-приложните приноси

Докторантът е изследвал **връзките, зависимостите и взаимодействието** между маркетинговото управление и здравния туризъм. По-конкретно неговите научно-приложни приноси могат да бъдат представени както следва:

1. Изведена е научно обоснована **типология** на здравния туризъм, включваща неговите видове и разновидности.
2. Селекционирани са добрите практики в здравния туризъм и на тази основа са разработени **препоръки за усъвършенстване на дейностите на организациите** за управление на туристическите райони.
3. Представен е **алгоритъм** за приложение на маркетинговото управление в здравния туризъм на мезо- и макроравнище.
4. Разработена е **продуктовата политика** на здравния туризъм в областта на иновациите, номенклатурата и асортимента.
5. Операционализирана е **технологията** на маркетинговото управление на здравния туризъм в България с оглед на неговото усъвършенстване.
6. Създаден е **модел** под формата на Стратегически маркетингов план за развитие и управление на здравния туризъм в район София.

### **Заключение**

Цялостната ми оценка на труда, базирана на неговата актуалност, структура, съдържание и теоретични обобщения, ми дава основание да приема, че в него се съдържат предвидените в чл. 6 (3) от Закона за развитие на академичния състав и чл. 27 (1) от ППЗРАСРБ научно приложни резултати, които представляват **оригинален принос в науката.**

Това са и съображенията ми да предложа на уважаемите членове на научното жури да вземат решение за **присъждане на Стилияна Димитрова Басмаджиева на образователната и научна степен „доктор“ по научната специалност „Икономика и управление“ (Туризм).**

София, 03.06.2020 г.

**Рецензент:**

**(проф. д-р М. Рибов)**